کرباسی، آرزو؛ پریرخ، مهری؛ صنعت‌جو، اعظم (۱۳۹۵). آسیب‌شناسی کتاب‌های داستانی تصویری بازاری برای کودکان گروه سنی «الف» و«ب». *پژوهش‌نامه کتابداری واطلاع‌رسانی*، ۶ (۲)، ۳۲۰-۳۰۱.

آسیب‌شناسی کتاب‌های داستانی تصویری بازاری برای کودکان گروه سنی «الف» و«ب»[۱]

آرزو کرباسی[۲]، دکتر مهری پریرخ[۳]، دکتر اعظم صنعت‌جو[۴]

تاریخ دریافت: ۹۴/۷/۱۲ تاریخ پذیرش: ۹۴/۹/۲۵

چکیده

هدف: *کتاب‌های داستانی تصویری نقش مهمی در درک مفاهیم و در نتیجه در پرورش فکری کودکان و نوجوانان دارند، هرچند که برخی از آنها به‌دلیل عدم رعایت معیارهای کیفی نمی‌توانند این نقش را ایفا کنند. هدف اصلی پژوهش حاضر، شناسایی میزان آسیب‌های کتاب‌های داستانی تصویری بازاری منتشر شده در ایران برای کودکان گروه سنی «الف» و «ب» در رابطه با توجه به‌عوامل ظاهری و سایر عوامل مؤثر در تولید کتاب کودک (یعنی ظاهر جذب‌کننده، وضعیت محتوا[۵]، وضعیت تصویر، و انتظار سود اقتصادی) می‌باشد.*

روش: *این پژوهش کاربردی با شیوه پیمایشی و روش تحلیل محتوا انجام گرفت. برای گردآوری اطلاعات، از سه سیاهه‌وارسی محقق‌ساخته استفاده شد. در پژوهش پیش‌رو، ۱۰۰ کتاب داستانی تصویری بازاری که با روش نمونه‌گیری تصادفی نظام‌مند انتخاب گردید، مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت.*

یافته‌ها: *تجزیه‌وتحلیل داده‌ها نشان داد کتاب‌های تصویری بازاری در رعایت اصول صفحه‌آرایی یعنی آستر بدرقه، صفحه‌شمار و سفیدخوانی و وجود صفحه شناسنامه مشکل‌ها و کاستی‌های زیادی دارند. همچنین اطلاعات به‌دست آمده مشخص می‌کند در بیشتر کتاب‌های بازاری (یعنی نزدیک به ۷۸ درصد) حقوق مالکیت معنوی اثر به‌درستی رعایت نمی‌شود. افزون براین، در زمینه صحت و درستی گروه سنی و نوع تصاویر به‌کار رفته در کتاب‌های بازاری نیز میان «اطلاعات مندرج در کتاب» و «اطلاعات شناسایی‌شده» تفاوت قابل ملاحظه‌ای مشاهده می‌شود.*

کلیدواژه‌ها: *کتاب‌های بازاری، کتاب‌های داستانی تصویری، عوامل آسیب‌رسان، عوامل ظاهری، مالکیت معنوی، وضعیت تصاویر، گروه سنی الف و ب.*

---

۱. برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد

۲. دانش‌آموخته علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد، کارشناسی ارشد، karbasi.arezoo@gmail.com

۳. استاد گروه علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه فردوسی مشهد، دکتری، mparirokh@gmail.com

۴. استادیار گروه علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه فردوسی مشهد، دکتری، sanatjoo-a@um.ac.ir

۵. منظور از وضعیت محتوا، کلیشه‌ای بودن موضوع کتاب، بازنویسی و بازآفرینی ضعیف از متون کهن ادبی و معرفی به‌عنوان تألیف می‌باشد.

مقدمه و بیان مسئله

کودکی، دوران شناخت جهان اطراف و برقراری ارتباط با دنیای پیرامون و پدیده‌های گوناگون است. از آنجاکه کودک در آغاز زندگی هیچ شناختی از محیط پیرامونش ندارد، ضروری است به‌تدریج در مسیر این شناخت قرار گیرد و درباره جهان آگاهی پیدا کند. در این راستا، می‌توان کتاب را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهایی که در شناخت جهان و محیط اطراف به کودک کمک می‌کند، دانست. به باور قزل‌اياغ (۱۳۸۵)، یکی از راه‌های ارتباطی کودک با مفاهیم کتاب و نیز یکی از روش‌های بازنمایی و انتقال مفاهیم به او، تصویر است. تصاویر کتاب برای کودکان یکی از نخستین ابزارها برای درک و برقراری رابطه با جهانی است که هنوز آن را به‌درستی نشناخته است. برپایه دیدگاه نورتون[۱] (۱۳۸۲) کودکان خواندن را با خواندن تصویر آغاز می‌کنند و با کسب و گسترش مهارت خواندن کم‌کم به متن نیز روی می‌آورند. به‌باور او، آثار کودکان را بدون تصویر نمی‌توان تصور کرد. به باور برخی از صاحب‌نظران (مانند قایینی، ۱۳۸۱؛ ترهنده، ۱۳۸۷؛ Norton, 1999) مخاطب بیشتر کتاب‌های تصویری، کودکان پیش‌دبستانی و سال‌های اول دبستان هستند. کتاب‌های تصویری به‌گونه‌های مختلفی تعریف شده است. در بیشتر این تعریف‌ها به‌نقش پایه‌ای تصویر در درک معنی تأکید می‌شود. برپایه دیدگاه برخی از متخصصان (مانند هدایی، ۱۳۷۲؛ قایینی، ۱۳۸۱؛ قزل‌اياغ، ۱۳۸۵) در کتاب تصویری، متن (نوشته) و تصویر چنان در هم می‌آمیزند که هر چند هر یک بی‌دیگری قادر به بیان مطلب است، اما هر یک مکمل دیگری نیز هست. نودلمن[۲] (۱۹۹۸) کتاب تصویری را کتابی می‌داند که از طریق مجموعه‌ای از تصاویر مرتبط به هم یا متنی کوتاه یا بدون متن قصه‌گویی می‌کند یا اطلاعاتی را منتقل می‌کنند. مطالعه متون نشان داد، برخی از متخصصان ایرانی (مانند قایینی، ۱۳۸۱؛ قزل‌اياغ، ۱۳۸۵؛ اکرمی، ۱۳۸۹) بین کتاب‌های تصویری و مصور تفاوت قایل می‌شوند. آنها کتاب‌های مصور را کتاب‌هایی می‌دانند که متن آنها همراه با تصویر می‌باشد، تصویرهای موجود در آنها اندک و در حد نیاز است و به‌نسبت گسترش توانایی خواندن کودک از میزان تصاویر کاسته می‌شود. همچنین آنها معتقدند متن کتاب‌های مصور در مقایسه با کتاب‌های تصویری بلند است و خود به‌تنهایی ساختار کاملی دارد. کتاب‌های تصویری طیف گسترده‌ای از کتاب‌های کودکان را در برمی‌گیرد. از دیدگاه تصویرگران و متخصصان کتاب کودک (مانند قایینی، ۱۳۸۱؛ قزل‌اياغ، ۱۳۸۵؛ اکرمی، ۱۳۸۹؛ Norton, 1999) انواع کتاب‌های تصویری شامل الفباآموزها، عددآموزها، کتاب‌های مفهومی، کتاب‌های اسباب بازی، کتاب‌های تصویری بدون کلام و کتاب‌های داستانی تصویری هستند.

1. Norton
2. Nodelman

از آنجایی‌که در پژوهش پیش‌رو به کتاب‌های داستانی تصویری توجه می‌شود، منظور از کتاب های تصویری، کتاب‌های داستانِی تصویری است. قایینی (۱۳۸۱) اشاره می‌کند اگرچه کتاب‌های داستانی تصویری شامل تعداد زیادی تصویر است، در برخی از آنها خط داستانی متن قوی است. به گفتهٔ او «در یک کتاب داستانی تصویری خوب، متن و روایت تصویری یکدیگر را کامل می‌کنند؛ به‌گونه‌ای که کودکان نمی‌توانند بدون تصویر، داستان را بفهمند». بنابراین مانند سایر کتاب‌های تصویری کتاب‌های داستانی تصویری نیز به کودکان کمک می‌کنند تا معنی را کشف کنند و با محتوای داستان رابطه برقرار کنند و از این طریق در باره محیط تجربه بیندوزند، ارزش‌ها را بشناسند و لذت ببرند.

همان‌طورکه اشاره شد، گرچه کتاب‌های داستانی تصویری در آموزش و انتقال مفاهیم به کودکان نقش مهمی دارند، ولی برخی از ناشران با تولید سهل‌انگارانه آنها، به اثربخشی صحیح این‌گونه کتاب‌ها آسیب می‌رسانند و مانع کسب شناخت درست کودک از محیط، شناخت هنرمندانه تصاویر، شیوه درست نگارش و تولید اصولی کتاب داستان می‌شوند. قزل‌ایاغ (۱۳۸۵) معتقد است که تک‌تک عناصر تشکیل‌دهنده کتاب کودک در جذب مخاطب و افزایش شناخت او نسبت به کتاب مؤثر است. او از کتاب کودک به‌عنوان پدیده‌ای یاد می‌کند که از روی جلد تا آخرین صفحه شامل پشت جلد آن و حتی روکش در مجموع یک کتاب را تشکیل می‌دهد. بنابراین در تولید اصولی کتاب کودک، به‌عنوان کالایی فرهنگی، توجه به‌عوامل ظاهری از جمله عواملی است که در رشد شناخت کودک نسبت به چگونگی تولید کتاب تأثیر داشته و به او امکان می‌دهد که بهتر با عناصر محتوایی کتاب رابطه برقرار کند. ولی در شرایطی که برخی از کسانی که ادبیات را، به قول ابراهیمی‌لامع (۱۳۹۲)، دچار اقتصادزدگی می‌کنند و به‌طور معمول به تولید سهل‌انگارانه آن می‌پردازند، نه‌تنها ادبیات را از هدف خود دور می‌سازند، بلکه کالایی آسیب‌پذیر تولید می‌کنند. در این راستا می‌توان به کتاب‌های بازاری به‌ویژه برای کودکان، که هنوز به بلوغ فکر نرسیده و نمی‌توانند سره را از ناسره تشخیص دهند، اشاره کرد. کتاب‌های بازاری با هدف کسب سود زیاد و بدون توجه به هدف‌های فرهنگی تولید می‌شوند. برپایه برخی متون (مانند هماچاندران، ۱۳۶۸؛ ملکی، ۱۳۹۳) و نیز مصاحبه با برخی از صاحب‌نظران (مانند پریرخ، ۱۳۹۳؛ ترهنده، ۱۳۸۷) به‌دلیل اینکه هدف از تولید و توزیع این کتاب‌ها با تیراژ بالا، سودجویی بیش از اندازه است، سهل‌انگاری‌های زیادی در تولید متن و تصاویر وجود دارد (برای نمونه، وجود تصاویر متفاوت از یک شخصیت، استفاده از تصاویر کپی‌برداری شده و آشنای اینترنتی و مضمون کلیشه‌ای). در مصاحبه یاد شده، بی‌توجهی به عوامل ظاهری مانند تیراژ ۵۰۰۰ نسخه و بالاتر از آن، سود اقتصادی زیاد، عدم رعایت اصول

صفحه‌آرایی: نبود برخی از مشخصات مانند صفحه عنوان، پشت صفحه عنوان که به‌نام صفحه شناسنامه شناخته می‌شود، آستر بدرقه، صفحه‌شمار، و سفیدخوانی)، به‌عنوان برخی از دیگر مشخصه‌های کتاب‌های بازاری اشاره شد (ارتباط شخصی، ۲۳ شهریور ۱۳۹۳). در همین راستا پیشتر میرهادی (نقل در یحیی‌پور و کرمانی، ۱۳۷۷) نیز مشخصه‌های این کتاب‌ها را کم‌ورق بودن، استفاده از رنگ‌های تند، استفاده از تصاویر مبالغه‌آمیز، وجود اشتباه‌های دستوری و نگارشی، استفاده از تصاویر کلیشه‌ای از کارتون‌ها، کمیک‌ها و قهرمان‌های فیلم‌های شناخته شده می‌داند. همچنین یحیی‌پور و کرمانی (۱۳۷۷)، در مصاحبه‌ای که با برخی از صاحب‌نظران (رهگذر، قزل‌ایاغ و سیدآبادی، ۱۳۷۷) انجام داد، مشخصه‌هایی چون قیمت ارزان، تیراژ بالا، توزیع وسیع، داشتن ظاهری جذب‌کننده، استفاده از شخصیت‌های کارتونی و تلویزیونی معروف، کلیشه‌ای بودن مضمون داستان، بازنویسی‌های ضعیف از متون کهن ادبی و تصویرگری ضعیف را برای این کتاب‌ها در نظر می‌گیرد. جذابیت ظاهری، که یکی از ویژگی‌های کتاب‌های بازاری است، در واقع استفاده از شخصیت‌های نامدار و آشنا که به‌وسیله تلویزیون و دیگر وسایل ارتباطی خلق شده‌اند، بهره‌گیری از رنگ‌های تند، تنوع زیادی در رنگ و عنوان‌های آشنا است که کودکان را مشتاق استفاده از این کتاب‌ها می‌نماید. از طرف دیگر، توزیع وسیع این کتاب‌ها، آنها را در دسترس خریداران کم‌تجربه قرار می‌دهد. قیمت ارزان، ظاهر جذاب و توزیع وسیع، احتمال خریداری و آسیب آنها را به کودکان افزایش می‌دهد.

مطالعه اولیه ۳۰ کتاب بازاری نشان داد، این کتاب‌ها از نظر عوامل ظاهری و سایر معیارهای یاد شده، که به‌صورت عینی قابل بررسی بودند، دارای ضعف‌هایی هستند. برخی از این کتاب‌ها فاقد صفحه عنوان، صفحه شناسنامه کتاب، سفیدخوانی و یا صفحه‌شمار هستند. در برخی حق‌مؤلف رعایت نشده، و بازنویسی و بازآفرینی سهل‌انگارانه صورت گرفته و یا کتاب ترجمه‌ای از یک اثر به زبان بیگانه است، ولی هر سه گروه به‌عنوان تألیف معرفی شده‌اند. همان‌طورکه پیشتر بحث شد، وجود سهل‌انگاری و بی‌توجهی به اصول تولید کتاب یرای کودکان می‌تواند آسیب‌های زیادی به شناخت کودک از تولید اصولی آن، پرورش صداقت، اخلاق، زیبایی شناسی وارد سازد. بر پایه مشکل‌های یاد شده در کتاب‌های داستانی تصویری بازاری کودکان، مشخص نیست تا چه میزانی عناصر آسیب‌رسان شناسایی شده در این کتاب‌ها وجود دارد.

مرور نوشتار

بررسی و نقد کتاب‌های کودک، به‌منزله یک قلمرو پژوهشی جذاب، همواره مورد توجه بسیاری از پژوهشگران بوده و مطالعه‌های زیادی در این زمینه انجام شده است. مطالعه متون نشان داد که گرچه تاکنون (یعنی سال ۱۳۹۴) پژوهش‌های زیادی در زمینه کتاب‌های تصویری انجام شده است، ولی پژوهشی پیرامون آسیب‌شناسی کتاب‌های داستانی تصویری بازاری در زمینه میزان توجه به‌عوامل ظاهری و سایر معیارهای شناسایی شده در این مطالعه، به‌دست نیامد. بنابراین در این بخش تنها نتیجه بررسی پژوهش‌های مرتبط با کتاب‌های بازاری، عوامل ظاهری در کتاب‌های کودکان و کتاب‌های تصویری به‌طور کلی ارائه می شود.

در بررسی انجام شده، پژوهش‌های اندکی در رابطه با کتاب‌های تصویری بازاری به‌دست آمد. برای نمونه یحیی‌پور و کرمانی (۱۳۷۷) به بررسی تحلیل محتوای کتاب‌های بازاری چاپ شده در نیمه اول سال ۱۳۷۶ برپایه شخصیت‌های داستانی کتاب‌های کودک و نوجوان پرداختند. نتایج نشان داد، شخصیت های موجود در کتاب‌های بازاری بیانگر شخصیت‌های موجود در جامعه نیستند به‌طوری‌که بیشتر شخصیت های این داستان‌ها برخلاف شخصیت‌های واقعی جامعه که چندبعدی و پیچیده هستند، یک بعدی و یک لایه می‌باشند.

در رابطه با عوامل ظاهری در کتاب‌های کودکان می‌توان به پژوهش شورای کتاب کودک (۱۳۹۰) اشاره کرد. نتایج نشان داد، در برخی از کتاب‌های مورد بررسی توجهی به گروه سنی مخاطب نشده است، در برخی دیگر غیراصولی بودن صفحه‌آرایی و طراحی گرافیکی تصاویر، اثر مخربی بر کودک می‌گذارد، در عده‌ای نیز نثر و نقطه‌گذاری با گروه سنی مخاطب تناسب ندارد. در پژوهشی مشابه در همان سال میرحسینی، اباذری، و معدنی (۱۳۹۲) میزان توجه به‌عوامل ظاهری کتاب (طراحی جلد، آستر بدرقه، شناسنامه، شماره صفحه، سفیدخوانی و صفحه آرایی) در کتاب‌های داستانی کودکان رده سنی ب و ج در دهه ۸۰ را مورد مطالعه قرار دادند. نتایج نشان داد که ۵۵/۳۸ درصد از نمونه مورد بررسی از لحاظ توجه به‌عوامل ظاهری دارای جایگاه خوبی بودند و ۳۰/۷ درصد به‌عوامل ظاهری توجه نکرده بودند.

در حوزه نقش آموزشی تصاویر در کتاب‌های تصویری کودکان، نتایج مطالعه برخی از پژوهشگران (Levie and Lentz, 1982; Nicholas, 2007; Ganea, DeLoache and Ma; 2011; Gonen & Guler, 2011; Heinsbergen, 2013) نشان داد که تصاویر در یادآوری مطالب و یادگیری بسیار مؤثرند و کتاب‌های تصویری در انتقال اطلاعات به کودکان به‌عنوان ابزاری مفید به‌شمار می‌آیند. لیم (Lim, 2012) در پژوهشی به تحلیل رفتار مطالعه کودکان کره‌ای در خواندن رمان‌های آموزشی تصویری

پرداخت. نتایج نشان داد بیشتر کودکان کره‌ای، در درجه اول رمان‌های تصویری آموزشی را برای سرگرمی می‌خوانند، نه برای به‌دست آوردن اطلاعات.

با توجه به اینکه استفاده از کتاب‌های تصویری در سنین اولیه می‌تواند نقش مهمی در یادگیری و آموزش مفاهیم و افزایش شناخت آنها داشته باشد، ضروریست مسائل مرتبط با این کتاب‌ها از جمله ویژگی‌های ظاهری و محتوایی مورد توجه پژوهشگران قرار گیرد. گرچه میرحسینی و همکاران (۱۳۹۲) و شورای کتاب کودک (۱۳۹۰)، در پژوهش‌های خود به برخی از عوامل ظاهری توجه داشتند، ولی پژوهشی که به کتاب‌های بازاری و آسیب‌های آنان به گروه سنی الف و ب توجه کند به‌دست نیامد. بنابراین ضرورت دارد این شکاف با پژوهشی در راستای آسیب‌شناسی کتاب‌های تصویری داستانی بازاری کاهش یابد.

طرح و روش پژوهش

هدف‌های پژوهش پیش‌رو به شرح زیر است:

تعیین میزان کاستی‌ها و حضور عوامل ظاهری آسیب‌رسان (مانند نبود صفحه عنوان، صفحه شناسنامه، ...) در کتاب‌های داستانی تصویری بازاری برای کودکان؛

تعیین کاستی‌ها و میزان حضور عوامل آسیب‌رسانی چون ظاهر جذب‌کننده، وضعیت محتوا، کیفیت پایین تصویر و سود اقتصادی زیاد در داستان‌های تصویری بازاری برای کودکان.

دستاورد این پژوهش، تهیه مجموعه‌ای از عوامل آسیب‌رسان شناسایی شده در کتاب‌های بازاری می‌باشد. انتظار می‌رود نتایج این پژوهش، بتواند توصیه‌هایی برای نویسندگان و تصویرگران کتاب کودک از یک‌سو، و والدین و کتابداران از دیگرسو در زمینه آشنایی با آسیب‌های کتاب‌های تصویری داستانی بازاری و انتخاب کتاب‌های داستانی تصویری مناسب برای کودکان ارائه دهد. همچنین انتظار می‌رود، نتایج این پژوهش رهنمودهایی در دسترس مسئولان در راستای جلوگیری از انتشار کتاب‌های بازاری قرار دهد.

جهت دستیابی به هدف‌های پژوهش، یک پرسش کلی و دو پرسش فرعی زیر طرح شد.

انواع عناصر آسیب‌رسان شناسایی شده در کتاب‌های داستانی تصویری بازاری برای کودکان کدام است؟ این پرسش می‌تواند به دو پرسش زیر فرعی تبدیل شود:

۱. تا چه میزانی عوامل ظاهری آسیب‌رسان در کتاب‌های داستانی تصویری بازاری برای کودکان وجود دارد؟

۲. تا چه میزانی معیارهای آسیب‌رسان مانند ظاهر جذب‌کننده، کیفیت پایین محتوا، کیفیت پایین تصویر و سود اقتصادی زیاد در کتاب‌های تصویری داستانی بازاری برای گروه سنی «الف» و «ب» حضور دارند؟

باید یادآور شد که در این پژوهش منظور از وضعیت محتوا، کلیشه‌ای بودن مضمون کتاب و بازنویسی و بازآفرینی ضعیف از متون کهن ادبی یا سایر آثار منتشر شده دیگر می‌باشد. وضعیت تصویر به تصاویر کپی‌برداری شده و برگرفته از طرح‌ها، و تصاویر اینترنتی و کارتونی که به‌صورت عینی قابل بررسی است توجه دارد. بنابراین بررسی وضعیت تصاویر از بعد هنری مورد توجه نمی‌باشد. سود اقتصادی نیز به قیمت پایین کتاب‌ها توجه دارد.

پژوهش پیش‌رو از نظر هدف، کاربردی است که به‌شیوه پیمایشی و روش تحلیل محتوای کیفی انجام گرفت. جامعه آماری این پژوهش، تمام کتاب‌های تصویری داستانی بازاری گروه سنی «الف» و «ب» منتشر شده در ایران است که در مجموعه کتاب‌های کودکان کتابخانه مرکزی آستان قدس رضوی موجود است. از آنجاکه کتاب‌های این مجموعه، کتاب‌های بازاری و غیربازاری را دربردارد، ضروری بود برای شناسایی کتاب‌های داستانی تصویری بازاری، تمامی کتاب‌های موجود در کلیه قفسه های ای‌ن مجموعه بررس‌ی شود. برپایه بررسی‌های انجام شده (با استفاده از سیاهه‌وارسی)، ۹۶۰ کتاب داستانی تصویری بازاری، جامعه پژوهش حاضر را تشکیل داد. مرور نوشتار نشان داد که در پژوهش‌های مشابه که به‌روش تحلیل محتوا انجام شد، حجم نمونه متفاوت است. برای نمونه، کرینی، کوچ و کاروپرسو[1] (۱۹۹۵)۱۰ کتاب؛ میراندا[2] (۱۹۹۴) ۱۲ کتاب؛ سانگ[3] (۲۰۰۹) ۲۴ کتاب؛ ویلیامز[4] (۲۰۱۲) ۵۲ کتاب را در نظرگرفتند. با وجودی‌که در روش تحلیل محتوا می‌توان نمونه محدودی را در نظر گرفت، ولی هر چقدر نمونه بزرگ‌تر باشد بیشتر می‌توان به نتایج اعتماد کرد، در این پژوهش ۱۰۰ کتاب داستانی تصویری بازاری به‌عنوان نمونه پژوهش در نظر گرفته شد. برای انتخاب نمونه از روش نمونه‌گیری تصادفی نظام‌مند استفاده شد. با توجه به اینکه جامعه شناسایی‌شده برای این پژوهش (یعنی ۹۶۰ کتاب بازاری) و حجم نمونه (یعنی ۱۰۰ عنوان کتاب)، فاصله نمونه‌گیری حدود ۱۰ به‌دست آمد. در این روش، ابتدا اولین کتاب موجود در قفسه اول و نخستین طبقه انتخاب شد، سپس با در نظر گرفتن فاصله نمونه‌گیری (یعنی ۱۰ کتاب) کتاب بعدی انتخاب شد. این روش تا تکمیل تعداد نمونه (یعنی انتخاب ۱۰۰ کتاب) ادامه یافت.

---

1. Creany, Couch & Caropreso
2. Miranda
3. Sung
4. Williams

ابزارهای گردآوری اطلاعات این پژوهش، سه سیاهه وارسی پژوهشگر ساخته بود. زیرساخت نظری سیاهه مشخصه‌های کتاب‌های بازاری را متون مربوطه و مصاحبه با صاحب‌نظران تشکیل داد.

سیاهه اول؛ اطلاعات کتابشناختی: این سیاهه که با استفاده از نرم افزار اکسل[1] تهیه شد، بستر ثبت اطلاعات کتابشناختی کتاب‌های تصویری بازاری نمونه پژوهش بود. مشخصه‌های این کتاب‌ها شامل عنوان کتاب، اطلاعات مربوط به پدی‌دآورندگان، مشخصات نشر، نوبت چاپ، سال چاپ و تیراژ می‌باشند. افزون بر موارد یادشده، نظر به ای‌نکه در مطالعه اولیه مشخص شد که سه گروه اطلاعات مندرج در کتاب (یعنی گروه سنی، نوع تولید و نوع تصویر) با اطلاعات شناسایی شده تفاوت دارد، این سه گروه از مشخصه‌های کتاب‌ها در ای‌ن سیاهه به‌تفکیک در دو ستون «مندرج در کتاب» و «شناسایی شده» آورده شد.

سیاهه دوم؛ عوامل ظاهری: برپایه مرور ادبیات مرتبط با کتاب‌های بازاری برای کودکان و مشورت با صاحب‌نظران، مشخصه‌های ظاهری این‌گونه کتاب‌ها شناسایی شد. همانطور که پیشتر اشاره شد، این مشخصه‌ها شامل (تیراژ ۵۰۰۰ نسخه و بالاتر از آن، عدم رعایت اصول صفحه‌آرایی شامل: نبود صفحه عنوان، نبود صفحه شناسنامه، نبود آستربدرقه، نبود صفحه شمار و عدم رعایت اصول سفیدخوانی) می باشند. برپایه این ویژگی‌ها سیاهه عوامل ظاهری در کتاب‌های بازاری برای کودکان شناسایی تهیه شد. به‌-حضور هر ویژگی در هر کتاب عدد ۱ اختصاص یافت و در فیلد مربوط به آن در سیاهه ثبت شد.

سیاهه سوم؛ سایر عوامل آسیب‌رسان: چنانچه پیشتر نیز اشاره شد، بر پایه مطالعه متون و دیدگاه صاحب-نظران، آن دسته از مشخصه‌های کتاب‌های بازاری که مرتبط به متن، تصویر بوده و به‌صورت عینی قابل-مشاهده بود (یعنی وضعیت محتوا (شامل تصاویر کپی برداری شده و اینترنتی، ...)، به‌عنوان سایر عوامل آسیب‌رسان در نظر گرفته شد. بر پایه این ویژگی‌ها، سیاهه مربوط به سایر عوامل آسیب‌رسان تهیه شد. به-حضور (وجود) هر ویژگی در هر کتاب نیز عدد ۱ اختصاص یافت و در فیلد مربوط به آن در سیاهه ثبت شد.

با توجه به اینکه سیاهه‌ها برای گردآوری مصداق‌های عینی طراحی شده بود، نیازی به کنترل روایی واقعیت‌های به‌دست آمده نبود. ولی، برای جلوگیری از هر خطایی در ثبت مشخصه‌های آن گروه از اطلاعات که واقعیت با عینیت تضاد داشت (یعنی وضعیت تولید، تصویرگری و گروه سنی)، به‌سنجش پایایی اطلاعات به‌دست آمده در این رابطه پرداخته شد. در این رابطه، اطلاعات مندرج در ۷۸ کتاب با اطلاعات شناسایی شده متفاوت بود. بنابراین، سیاهه تکمیل شده مرتبط با ۲۵ کتاب که به‌شیوه تصادفی از

1. Excel

بین ۷۸ عنوان انتخاب شدند، در اختیار ۶ نفر از مربیان و تصویرگران کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان مرکز مشهد (به‌عنوان گروه کارشناسان) قرار گرفت. نتایج آزمون کاپا نشان داد که میزان توافق بین ۰/۶۸ تا ۱ است.

تحلیل اطلاعات به‌دست آمده و ارائه یافته‌ها

در این بخش پس از تحلیل اطلاعات جمعیت‌شناختی برپایه یافته‌ها به پرسش‌های پژوهش پاسخ داده خواهد شد. از میان ۱۰۰ کتاب بررسی‌شده در بازه زمانی (۱۳۸۰ تا ۱۳۹۳)، بر مبنای «اطلاعات مندرج در کتاب»، تعداد ۸۷ کتاب تألیف، ۵ کتاب بازنویسی، ۴ کتاب قصه‌گویی (راوی)[1] و ۴ کتاب ترجمه وجود داشت. نتایج بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که همه کتاب‌های بازاری مورد بررسی توسط ناشران خصوصی منتشر شده‌اند. همچنین ۵۰ درصد آنها به‌ترتیب در سال‌های ۱۳۸۸، ۱۳۸۹ و ۱۳۹۰ منتشر شده‌اند. همچنین برپایه یافته‌ها از میان کتاب‌های بازاری بررسی‌شده، ۱۹ کتاب تصویری بازاری توسط ۶ گروه ثابت پدیدآور (یعنی، نویسنده، تصویرگر و ناشر) در طول سال‌های مختلف منتشر شده‌اند. این امر می‌تواند نشانگر ماندگاری این رویکرد در تولید این کتاب‌ها و در نتیجه تداوم آسیب‌رسانی آنها باشد.

همان‌طورکه پیشتر توضیح داده شد، برخی از اطلاعات مندرج در کتاب (مانند نوع تولید، گروه سنی و تصویرگری)، واقعی به‌نظر نمی‌رسید. بنابراین برای کنترل درستی اطلاعات شناسایی‌شده و قضاوت در مورد اطلاعات مندرج در کتاب، گروهی از کارشناسان ادبیات کودک به همکاری دعوت شدند. نتایج این اعتبارسنجی در جدول ۱، نمایش داده می‌شود. گرچه مبنای تحلیل درصد می‌باشد، نظر به اینکه حجم نمونه ۱۰۰ است، از نمایش درصدها در جدول‌ها خودداری می‌شود.

جدول ۱. فراوانی و فراوانی نسبی نوع تولید در کتاب‌های بررسی‌شده (n=100)

اطلاعات / نوع تولید کتاب		تألیفی	بازنویسی	بازآفرینی	قصه‌گو (راوی)	ترجمه
مندرج در کتاب	فراوانی	۸۷	۵	–	۴	۴
شناسایی شده	فراوانی	۲۹	۱۱	۳۰	۲	۲۸

در پژوهش حاضر، کتابی به‌عنوان تألیف شناخته می‌شود که نویسنده موضوع کتاب را مستقیم و

۱. در لغت‌نامه دهخدا (۱۳۷۳، ۱۰۳۸۸)، راوی به‌معنای روایت‌کننده، ناقل سخن و کسی که چیزی را روایت می‌کند، است. در این پژوهش راوی به کسی گفته می‌شود که قصه‌ای را که از سوی دیگران نقل یا نوشته شده و یا شاهد آن بوده برای دیگران روایت و یا توصیف می‌کند.

بدون واسطه از ذهن خود گرفته باشد و به‌شکل اثری نو ارائه دهد (پایور، ۱۳۸۸). همان‌طورکه اطلاعات جدول ۱ نشان می‌دهد، ۸۷ درصد از ناشران نوع تولید کتاب خود را تألیف معرفی کرده‌اند، در حالی‌که بر پایه اطلاعات شناسایی شده، تنها ۲۹ درصد به‌عنوان تألیف شناسایی شد. به‌بیانی روشن، برپایه تعریفی که از تألیف ارائه شد، ایده اصلی و مضمون ۵۸ درصد از کتاب‌های بررسی‌شده به نویسنده معرفی شد تعلق نداشت. در واقع مضمون داستان کلیشه‌ای و در نتیجه اثر جدیدی خلق نشده بود. با نگاهی به اطلاعات جدول ۱، می‌توان گفت برپایه اطلاعات مندرج در کتاب، ۵ درصد از کتاب‌های بررسی‌شده به‌عنوان بازنویسی معرفی شده‌اند. در حالی‌که بررسی‌های صورت گرفته نشان داد ۱۱ درصد از نمونه بررسی‌شده به‌عنوان بازنویسی شناخته شد. برای نمونه کتاب «عروسی خاله سوسکه» به‌عنوان تألیف معرفی شده است، در حالی‌که حکایت «خاله سوسکه» افسانه‌ای ایرانی است که ریشه در ادبیات عامه ایرانیان دارد و سینه به سینه از مادربزرگ‌ها به نسل بعد منتقل شده است. بنابراین این کتاب بازنویسی یک حکایت قدیمی به‌شمار می‌آید. همان‌گونه‌که در جدول ۱ نیز آمده است، برپایه اطلاعات مندرج در کتاب، کتابی به‌عنوان بازآفرینی معرفی نشده است، اما برپایه اطلاعات شناسایی شده ۳۰ درصد از نمونه بررسی‌شده بازآفرینی شناسایی شد؛ از جمله «داستان سارا»، برخلاف نوع تولید مندرج در کتاب (یعنی تألیف) به‌عنوان بازآفرینی برپایه کهن الگویی چون «سیندرلا» تهیه شده است. به سخن دیگر، مضمون اصلی داستان (اندازه نبودن کفش برای هیچ‌کس به‌جز سارا، ازدواج با شاهزاده) از افسانه سیندرلا گرفته شده است. مطابق با آنچه در جدول ۱ گزارش شد، برپایه اطلاعات مندرج در کتاب، ۴ درصد از کتاب‌های بررسی‌شده به‌عنوان قصه‌گو (راوی) معرفی گردیده است. از این میان، برپایه بررسی‌های انجام شده، ۲ کتاب به‌عنوان بازنویسی و بازآفرینی شناسایی شد. برای نمونه بررسی داستان «کدوی قلقله زن»، نشان داد به‌دلیل ایجاد تغییرهایی در داستان اصلی و آفرینش دوباره اثر، این داستان به‌عنوان بازآفرینی در نظر گرفته شد.

نتایج بررسی محتوایی برخی دیگر از کتاب‌ها نشان داد، تعدادی از آنها ترجمه شده داستان‌های خارجی است که با اندکی تغییرات در داستان، به‌عنوان کتاب تألیفی معرفی شدند. چنان‌که در جدول ۱ نیز آمده است، از میان ۸۷ درصد کتاب بررسی شده، که برپایه اطلاعات مندرج در کتاب تألیف باید باشند، ۲۴ درصد ترجمه شناسایی شدند. برای نمونه، با جستجوی کتاب دختر ماکارونی در اینترنت مشخص شد که این داستان ترجمه اثر دیگری به‌نام "Macaroni Makenzie" است. عدم رعایت حقوق مالکیت معنوی اثر، آن هم در تولید کتاب‌های کودکان، آموزه‌ای غلط برای کودکان در رعایت اصول اخلاقی در تولید کتاب می‌باشد. بنابراین کتاب‌های بازاری نه‌تنها اصول درست تولید یک اثر را آموزش نمی‌دهند، بلکه به

شناخت کودکان در این زمینه آسیب می‌زنند.

مشابه مشکل یاد شده، در کتاب‌های بازاری مورد بررسی در تعیین گروه سنی نیز سهل‌انگاری‌هایی دیده می شود. اطلاعات به‌دست آمده در این زمینه در جدول ۲ نمایش داده می‌شود.

جدول ۲. فراوانی کتاب‌های مورد بررسی برپایه اطلاعات مندرج در کتاب و اطلاعات شناسایی شده به‌تفکیک گروه سنی (n=100)

اطلاعات / گروه سنی		الف	ب	الف - ب	الف - ج	ب - ج	نامشخص
فراوانی	اطلاعات مندرج در کتاب	–	۵۰	۳۶	۳	۶	۵
	اطلاعات شناسایی شده	۲۱	۴۸	۲۶	–	۵	–

اطلاعات جدول ۲ نشان می‌دهد که برپایه اطلاعات مندرج در کتاب، کتابی از میان کتاب‌های مورد بررسی برای گروه سنی «الف» در نظر گرفته نشده است. در حالی‌که ۲۱ مورد از کتاب‌های بررسی شده مربوط به گروه سنی «الف» می‌باشد. برای گروه سنی «ب» بین دو گروه اطلاعات به‌دست آمده (حدود ۷۲ درصد) همخوانی وجود دارد. همچنین بررسی‌های انجام شده نشان داد، تعداد اندکی از ناشران کتاب‌های بازاری تمایل دارند کتاب‌های منتشرشده خود را مناسب برای چند گروه سنی اعلام کنند (۳ عنوان مناسب سه گروه سنی «الف–ج»). ولی، بررسی محتوای این ۳ عنوان نشان داد محتوا فقط برای گروه سنی «ب» مناسب است. همان‌گونه‌که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، در مشخصات برخی از کتاب‌ها گروه سنی مشخص نشده بود. در این راستا می‌توان به دیدگاه قزل‌ایاغ (۱۳۸۵)، در زمینه دسته‌بندی گروه‌های سنی کودکان و نوجوانان و معرفی ویژگی‌های مربوط به هر گروه سنی اشاره نمود. به باور او «هر کودک موجودی منحصر به فرد می‌باشد که باید او را از نو شناخت». او برای هر یک از گروه‌های سنی (یعنی تولد تا ۳ سالگی، ۳ تا ۶ سالگی و ۶ تا ۱۲ سالگی) ویژگی‌های خاصی در نظر می‌گیرد. برپایه این ویژگی‌ها می‌توان گفت یک کتاب خاص نمی‌تواند برای سه گروه سنی «الف (دارای تفکر کودکانه – دوره چیستی)، «ب و «ج» (تفکر منطقی – دوره چگونگی و چرایی) مناسب باشد.

تصاویر کتاب یکی دیگر از مشخصات ظاهری است که توجه به آنها نه‌تنها کودک را با روش‌های تولید تصاویر آشنا می‌سازد، بلکه او می تواند با قانون حق مؤلف در مورد تصاویر مانند هر اثر خلاق دیگر آشنا شود. اطلاعات به‌دست آمده در این زمینه در مورد کتاب‌های تصویری بازاری مورد مطالعه در جدول ۳ نشان داده می‌شود.

برپایه مطالعه متون، دیدگاه متخصصان ادبیات کودک و تصویرگران و نیز مطالعه اولیه، چند شیوه برای تولید تصاویر کتاب‌های تصویری بازاری شناسایی شد. سپس نام‌هایی برای این شیوه‌ها در نظر گرفته

شد. برای کنترل درستی انتخاب این نام‌ها و نیز همخوانی بین نوع تصاویر شناسایی‌شده با نظر متخصصان، نمونه‌ای از آنها به تأیید گروهی از کارشناسان رسید. در جدول ۳، به گزارش فراوانی این نوع تصاویر به‌کار گرفته شده در کتاب‌های مورد بررسی پرداخته می‌شود.

جدول ۳. فراوانی نوع تصاویر شناسایی شده در کتاب‌های تصویری بازاری کودکان بررسی‌شده (n=100)

نوع تصویر شناسایی شده		فراوانی
تصویرگری	طراحی هنری	۳
	طراحی هنری و طراحی کامپیوتری	۸
تصاویر کامپیوتری		۱۹
تصاویر اینترنتی	دستکاری شده	۶
	اینترنتی و کامپیوتری	۴۹
تصاویر بازسازی شده		۱۵

اطلاعات جدول ۳ نشان می‌دهد، تنها در ۳ درصد از کتاب‌های بررسی‌شده، تصویرگری به‌معنای طراحی هنری و خلق تصاویر نو و متناسب با محتوای کتاب به‌کار رفته است. همچنین ۸ درصد از تصاویر موجود در کتاب‌های بررسی‌شده، به‌عنوان طراحی هنری و طراحی رایانه‌ای شناخته شد. در خلق این‌گونه تصاویر، هم از فنون و اصول طراحی و هم از فنون و اجرای رایانه‌ای استفاده شده است. برپایه اطلاعات جدول ۳، ۱۹ درصد از تصاویر بررسی‌شده، به‌عنوان تصاویر رایانه‌ای تشخیص داده شد. در واقع این‌گونه تصاویر فقط با استفاده از رایانه طراحی و اجرا شده‌اند. اشاره به این نکته ضروری است که اجرای رایانه‌ای، نوعی فن در تصویرگری است که می‌تواند همراه با هنر و علم خاص خود به‌کار گرفته شود. بنابراین این نوع تصاویر به‌عنوان آسیب شناخته نمی‌شود. بقیه موارد (یعنی ۷۰ درصد) دارای مشکلاتی هستند. در این راستا، ۶ درصد از آنها به‌عنوان تصاویر اینترنتی دستکاری شده هستند. در واقع این‌گونه تصاویر از اینترنت انتخاب شده و در جهت هماهنگ ساختن آنها با متن داستان و سایر موارد دستکاری شده‌اند. در برخی از آنها سهل‌انگاری در دستکاری دیده می‌شود. برای نمونه در کتاب «بهارک و هدیه مادربزرگ» تصاویر شخصیت‌های داستان (یعنی تصویر سگ و شخصیت مرد) از شخصیت‌های کارتونی موجود در اینترنت گرفته شده است و در جهت فضاسازی و هماهنگ نمودن با سایر عناصر موجود در تصویر دستکاری شده‌اند. در رابطه با تصاویری که از اینترنت انتخاب شدند (۴۹ درصد) هنری برای طراحی آنها به‌کار نرفته و بنابراین طراحی زمان‌بر نبوده و هزینه زیادی به‌آن تعلق نمی‌گیرد. همین واقعیت در مورد تصاویر بازسازی شده (۱۵ درصد) وجود دارد. بیشتر این تصاویر از داستان‌های خارجی کپی‌برداری شده است. بررسی‌های

انجام شده نشان داد، تصاویرکتاب‌های که به‌عنوان ترجمه شناسایی شدند، برگرفته از اثر اصلی است که گاه تغییرات اندکی در آنها داده شده است (مانند کتاب « افسانه گل‌گیسو و دختر شاه پریان»)، در حالی‌که برپایه اطلاعات مندرج در کتاب نام فرد ایرانی به‌عنوان تصویرگر آمده است. بر پایه اطلاعات به‌دست آمده و گزارش شده، دانش لازم برای پاسخگویی به پرسش‌های پژوهش بدست آمد.

پاسخگویی به پرسش پژوهشی نخست

پرسش اول: تا چه میزانی عوامل ظاهری آسیب‌رسان در کتاب‌های داستانی تصویری بازاری برای کودکان وجود دارد؟

بر پایه پیش‌گفته کتاب‌های بازاری، کتاب‌هایی هستند که با هدف کسب سود اقتصادی زیاد، در تیراژ بالا منتشر می‌شوند. در این‌گونه کتاب‌ها، قواعد هنری و ادبی به‌ندرت رعایت می‌شود و به‌طور معمول فاقد خلاقیت است. به‌باور قزل‌اایاغ (۱۳۸۵)، طراحی صفحه‌های کتاب یا صفحه‌آرایی بر کیفیت اثر می‌افزاید. او تناسب متن و تصویر، محاسبه فضای سفید در هر صفحه (سفیدخوانی)، تعیین محل قرار گرفتن متن و تصویر به‌طوری‌که در کنار هم باشند ولی مخل یکدیگر نباشند (عدم تداخل متن در تصویر) را از جمله عوامل ظاهری می‌داند. این ویژگی‌ها و برخی دیگر که توسط سایر صاحب نظران در بخش مقدماتی مورد اشاره قرار گرفت به‌عنوان عوامل ظاهری برای کتاب‌های کودکان در نظر گرفته شدند. نبود این عوامل به‌عنوان آسیب‌های کتاب‌های داستانی تصویری بازاری برای کودکان به‌شمار آمدند. نتایج بدست آمده در این رابطه را می‌توان در جدول ۴ مشاهده کرد.

جدول ۴. فراوانی عوامل ظاهری در کتاب‌های داستان تصویری بازاری بررسی‌شده (n=100)

فراوانی	عوامل ظاهری						
	تیراژ ۵۰۰۰ نسخه و بالاتر از آن	نبود صفحه عنوان	نبود صفحه شناسامه	نبود آستر بدرقه	نبود صفحه شمار	نبود سفیدخوانی	تداخل متن در تصویر
فراوانی کسب شده	۱۰۰	۹۴	۱۲	۱۰۰	۶۸	۵۷	۳۳

همان‌گونه‌که افشار مهاجر (۱۳۹۱) اشاره می‌کند برای طراحی و صفحه‌آرایی کتاب‌ها از جمله کتاب‌های کودکان اصول و قواعدی وجود دارد که باید رعایت شود. به‌طور معمول در کتاب‌های کودکان پس از آستر بدرقه، نخستین صفحه کتاب، صفحه عنوان است. در این صفحه نام کتاب با حرف‌های به‌نسبت درشت در بالای صفحه نوشته می‌شود، نام نویسنده و مترجم با حرف‌های کوچکتر در

زیر آن، نام ناشر و سال انتشار با حرف‌های ریز در قسمت زیر آن و نیز نشان ناشر در همین قسمت صفحه می‌آید. در پشت صفحه عنوان، صفحه حقوق یا شناسنامه است. در این صفحه، نام، نشانی و نشان ناشر، نام و نام‌خانوادگی نویسنده و مترجم، اسامی مجریان فنی مانند طراح جلد، طراح صفحه‌ها، مسئول حروفچینی، لیتوگرافی، چاپ و صحافی و نیز نوبت چاپ و تاریخ آن، شمارگان و محل نشر به‌ترتیب درج می‌شود. چنان‌که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، ۱۲درصد از نمونه بررسی‌شده فاقد صفحه شناسنامه هستند. همان-طورکه گفته شد، مشخصات کتاب به‌طور معمول در پشت صفحه عنوان و یا صفحه شناسنامه می‌آید، این امر در حالی است که در ۹۲ کتاب بررسی‌شده، اطلاعات صفحه شناسنامه در صفحه عنوان آمده است. از این‌رو، تنها ۲ درصد از کتاب‌های بررسی‌شده، دارای صفحه عنوان اصولی بودند. همچنین ۱۰ درصد از کتاب‌ها صفحه عنوان و صفحه شناسنامه نداشتند. چنین سهل‌انگاری‌هایی در تولید کتاب، موجب می‌شود کودک با شیوه‌های درست و اصولی تولید کتاب آشنا نشود. در برخی کتاب‌ها، اطلاعات مربوط به صفحه شناسنامه در پشت جلد کتاب و یا در صفحه ابتدایی متن داستان آورده شده است. با مطالعه این‌گونه کتاب‌ها، کودک برای شناخت تولید اصولی و همچنین تشخیص و تمیزدادن صفحه عنوان از صفحه شناسنامه دچار اشتباه می‌شود، بنابراین نمی‌تواند سواد کافی را در این رابطه به‌دست آورد. همچنین اطلاعات جدول ۴ نشان می‌دهد که ۱۰۰ درصد از کتاب‌های بررسی شده شامل تیراژ ۵۰۰۰ نسخه و بالاتر از آن هستند. تولید کتاب با تیراژ بالا و در نوبت چاپ‌های متعدد احتمال دسترسی به این‌گونه کتاب-ها را بیشتر می‌سازد. این وسعت دسترسی، به‌دنبال خود، شانس روبرو شدن کودکان با آسیب‌های شناسایی شده و موجود در این کتاب‌ها را افزایش می‌دهد. نگاهی به اطلاعات جدول ۴ نشان می‌دهد، ۱۰۰ درصد از کتاب‌های بررسی‌شده فاقد آستر بدرقه و ۶۸ درصد از آنها فاقد صفحه‌شمار است. در حالی‌که داشتن آستر بدرقه و صفحه‌شمار از قواعدی است که در تولید اصولی کتاب کودک باید رعایت شود. صفحه آرایی، رابطه تنگاتنگی با تصویرگری کتاب دارد. در صفحه‌آرایی کتاب کودک، رابطه بین متن و تصاویر باید به شکل مطلوبی برقرار شود. برای نمونه، گاهی متن وارد تصاویر کتاب شده و حتی بخشی از عناصر بصری آن محسوب می‌شود. یکی از وظایف تصویرگری، کمک به انتقال آسان و سریع متن کتاب است، که این مسئله با برقراری رابطه بصری مناسب بین تصویر، نوشته و فضاهای خالی صفحات، قابل انجام است (امیری، ۱۳۹۱). در رابطه با شاخص سفیدخوانی، ۵۷ درصد از حجم نمونه پژوهش این ویژگی را ندارند. به‌عبارت دیگر، ۵۷ درصد از کتاب‌ها شامل فضای سفید کافی برای تشخیص عناصر متن و تصویر نمی-باشند. در راستای توجه به عوامل ظاهری در تولید کتاب کودک، یافته‌های به‌دست آمده از پژوهش

میرحسینی، اباذری، و معدنی (۱۳۹۲) نشان داد، بیشتر کتاب‌های بررسی شده در ارتباط با توجه به عوامل ظاهری در جایگاه خوبی قرار دارند، در حالی‌که این امر در کتاب‌های داستانی تصویری بازاری بررسی-شده در پژوهش حاضر به‌درستی رعایت نشده است و بیشتر آنها در توجه به این عوامل ضعف دارند. چنین تفاوتی بین کتاب‌های بازاری و غیربازاری تعیین‌کننده عدم توجه تولیدکنندگان به اصول درست نشر و نیاز کودک به کسب اطلاعات درست در این رابطه در میان تولیدکنندگان کتاب‌های بازاری برای کودکان و نهادهایی که به آنها اجازه تولید و فروش می‌دهند، است.

پرسش دوم: تا چه میزانی معیارهای آسیب‌رسان مانند ظاهر جذب‌کننده، کیفیت پایین محتوا، کیفیت پایین تصویر و سود اقتصادی زیاد در کتاب‌های تصویری داستانی بازاری برای گروه سنی «الف» و «ب» حضور دارد؟ از آنجاکه در این پژوهش بررسی معیارهای کیفی مورد نظر نبوده است، سعی شد به معیارهایی توجه شود که بتوان آنها را در کتاب‌ها به‌صورت عینی شناسایی کرد. وضعیت این معیارها به-تفکیک مؤلفه‌های مربوطه در هر گروه در جدول ۵ گزارش می‌شود.

جدول ۵. فراوانی معیارهای آسیب رسان درکتاب‌های داستان تصویری بازاری بررسی‌شده (n=100)

معیارهای کلی	مصداق‌ها	فراوانی	درصد هر گروه
ظاهر جذب‌کننده	استفاده از شخصیت‌های کارتونی، تلویزیونی و انیمیشنی معروف	۴۲	۵۸/۲۵
	تنوع زیاد در رنگ	۹۴	
	استفاده از تصاویر مبالغه‌آمیز	۲	
	استفاده از رنگ‌های تند	۹۵	
وضعیت محتوا	کلیشه‌ای بودن موضوع کتاب	۲۵	۲۹/۵
	بازنویسی و بازآفرینی ضعیف از متون کهن ادبی و معرفی به‌عنوان	۳۴	
وضعیت تصاویر	تصاویر کپی‌برداری شده و برگرفته از طرح‌ها، تصاویر اینترنتی و کارتون (فیلم)	۸۶	۸۶
سود اقتصادی زیاد	ارزان بودن	۱۰۰	۱۰۰
	تیراژ ۵۰۰۰ نسخه و بالاتر از آن	۱۰۰	

وضعیت معیارهای آسیب‌رسان به‌ترتیب نمره کسب کرده مورد بحث قرار می‌گیرد. معیار سود اقتصادی زیاد بیشترین فراوانی را داشت، یعنی ۱۰۰ درصد از کتاب‌های بررسی‌شده ارزان قیمت و دارای تیراژ ۵۰۰۰ نسخه و بالاتر از آن هستند. میانگین قیمت کتاب‌های بررسی شده (۱۳۸۰ تا ۱۳۹۲)، ۶۰۷ تومان

به‌دست آمد که در شرایط فعلی (یعنی سال ۱۳۹۳ شمسی)، بسیار ارزان قیمت است. در شرایط اقتصادی کنونی، به‌نظر می‌رسد نخستین معیار برای انتخاب کتاب کودک از سوی بسیاری از خانواده‌ها که قدرت خرید پایین دارند، ارزان قیمت بودن آن است. بر پایه بحث‌های مقدماتی، نگاه ناشران کتاب‌های بازاری، فقط اقتصادی است، یعنی درآمدزا بودن و سود بیش از حد، مهم‌ترین دغدغه این ناشران است. ناشر غیرمسئول، بدون شناختی از ارزش‌های ادبی، کتاب را در تیراژ بالا و با فاصله‌ای کوتاه به چاپ‌های متعدد می‌رساند. در این رابطه می‌توان به کتاب «حسنی میره مهد کودک» اشاره کرد که در فاصله ۴ سال به چاپ هفتم رسید، یعنی در این مدت ۷۰۰۰۰ نسخه از آن وارد بازار شد.

«وضعیت تصویر» با فراوانی ۸۶ درصد، در بین سایر معیارهای عینی، در جایگاه دوم قرار گرفت. همان‌طورکه در جدول ۵ مشاهده می‌شود، تصاویر کپی‌برداری شده و برگرفته از طرح‌ها، تصاویر اینترنتی و کارتون (فیلم)، در شمار زیادی از کتاب‌های بررسی شده (۸۶ درصد) به‌کار رفته است. در این‌گونه تصاویر، خلاقیت و جذابیت بصری مؤثر وجود ندارد و رنگ و خیال در آنها بسیار کم‌رنگ است. به باور زهره پریرخ (۱۳۹۳)، تصاویری که خیال‌انگیز نباشند، تفکر مخاطب را آسان‌پذیر، تنبل و سطحی بار می‌آورد. با توجه به اینکه تولید تصویر و تصویرگری یک اثر، برای کتاب‌ها، گران‌تر از کپی برداری آنها از اینترنت و یا از کتاب‌ها به زبان بیگانه می‌شود در بیشتر کتاب‌های بازاری از کپی تصاویر، تصاویر کلیشه‌ای همراه با اجراهای رایانه‌ای و یا بیشتر از کپی ضعیفی از تصاویر اصلی برخی از کتاب‌ها استفاده می‌شود (مانند بادکنک جادویی). در برخی موارد نیز از تصاویر پیش‌فرض موجود در برنامه‌های رایانه‌ای بدون هیچ نوآوری و خلاقیتی کپی‌برداری شده است (مانند حسنی شده تپل‌مپل). بنابراین می‌توان گفت در تولید اغلب تصاویر کتاب‌های بازاری کودکان، فقر خلاقیت وجود دارد. طاقدیس (۱۳۹۳) در توضیح در مورد وضعیت تصاویر به‌عدم انسجام بین نویسنده، تصویرگر و ناشر اشاره می‌نماید و معتقد است زمانی‌که نویسنده یک تصویرگر باتجربه را پیشنهاد می‌کند، ناشر به‌دلیل دستمزد بالای تصویرگر حرفه‌ای و مجرب، ترجیح می‌دهد از یک تصویرگر تازه‌کار با دستمزد پایین استفاده کند که این امر از کیفیت تصاویر اثر می کاهد.

برپایه اطلاعات به‌دست آمده از جدول ۵، ظاهر جذب‌کننده (۵۸/۲۵ درصد)، در جایگاه سوم در میان معیارهای آسیب‌رسان در کتاب‌های داستان تصویری بازاری قرار دارد. در این میان، بیشترین فراوانی (۹۵ درصد) به «استفاده از رنگ‌های تند» برای جذب مخاطب به‌سوی کتاب اختصاص دارد. ویژگی «تنوع زیاد در رنگ» با (۹۴ درصد) در جایگاه دوم گروه ظاهر جذب‌کننده قرار می‌گیرد. برپایه اطلاعات جدول

۵، استفاده از شخصیت‌های کارتونی، تلویزیونی و انیمیشنی معروف، با فراوانی ۴۲ درصد در جایگاه سوم این گروه قرار گرفت. این اطلاعات در تأیید نظر برخی از صاحب‌نظران (مانند هماچاندران، ۱۳۶۸؛ میرهادی، سرشار، و سیدآبادی نقل در یحیی‌پور و کرمانی، ۱۳۷۷؛ پریرخ، ۱۳۹۳) به‌وجود این دو ویژگی آسیب‌رسان در کتاب‌های بازاری کودکان می‌باشد. در رابطه با استفاده از شخصیت‌ها، سهل‌انگاری‌های دیگری در برخی از کتاب‌های بازاری مشاهده شد. برای نمونه، گاه طرح روی جلد کتاب با درون کتاب متفاوت بود (مانند جادوگر شهر بدی)؛ یا در برخی کتاب‌های مورد بررسی، برای جذب مخاطب، از تصاویر کارتونی و انیمیشنی با رنگ‌های تند در روی جلد کتاب استفاده شده که با تصاویر داخل کتاب متفاوت بود (مانند ماه خانم و دختر شاه پریان). برپایه دیدگاه برخی از متخصصان حوزه ادبیات کودکان (رهگذر نقل در یحیی‌پور و کرمانی، ۱۳۷۷؛ پریرخ، ۱۳۹۳)، ارزش و مرتبه هنری تصاویر بسیاری از کتاب های بازاری در سطح پایین است و در آنها خلاقیت وجود ندارد. از این‌رو، این‌گونه تصاویر، ذوق و شوق، کنجکاوی و خلاقیت کودک را برنمی‌انگیزاند. ولی، چون تصاویر کتاب‌های بازاری از تنوع رنگ و جاذبه‌های کاذب و ظاهری برخوردارند و خواننده کم‌تجربه به ظاهر بیشتر از عمق توجه می‌کند، تمایل به استفاده از این کتاب‌ها دارد. این امر موجب سطحی‌نگری او می‌شود.

در بین گروه معیارهای آسیب‌رسان، «وضعیت محتوا» با فراوانی (۲۹/۵ درصد)، در رتبه چهارم قرار گرفت. در این گروه، بیشترین فراوانی (۳۴ درصد) به مؤلفه بازنویسی و بازآفرینی ضعیف که در کتاب به‌عنوان تألیف آمده است، تعلق گرفت. این واقعیت توسط گروه کارشناسان نیز تأیید شد. در بررسی انجام شده، استفاده از کهن‌الگوها (مانند ازدواج پسر پادشاه با دختر فقیر، حیله‌گری نامادری) برای تولید داستانی جدید به‌روشنی در تعدادی از کتاب‌ها (۲۵ درصد) قابل مشاهده بود. برای نمونه ایده اصلی داستان «افسانه گل گیسو» و دختر شاه پریان از افسانه سیندرلا و نامادری گرفته شده که با ایجاد اندکی تغییرات، داستان دیگری شکل گرفته است. همچنین می‌توان گفت، داستان سرزمین کوتوله‌ها، همان داستان سفیدبرفی است. در واقع این داستان با ایجاد اندکی تغییر، بازآفرینی شده ولی به‌عنوان تألیف به بازار آمده است. تغییری که در این داستان مشاهده می‌شود مربوط به بهم ریختن اتاق کوتوله‌ها توسط گل خندان است، در حالی‌که در داستان اصلی، سفیدبرفی با مشاهده بهم ریختگی اتاق، به مرتب و تمیزنمودن آنجا می‌پردازد. برپایه اطلاعات جدول ۵، تعداد ۲۵ مورد از نمونه پژوهش، دارای موضوع کلیشه‌ای بودند. برای نمونه در کتاب «افسانه گل‌گیسو و دختر شاه پریان»، از مضمون و موضوع کلیشه‌ای (نامادری) استفاده شده است. نامادری، دخترهای خود را با لباس‌های زیبا آراسته و به‌جای گل‌گیسو به پهلوان معرفی می‌کند. حیله‌گری

نامادری و حسادت دخترانش به گل‌گیسو مشابه داستان سفیدبرفی و ماه پیشانی نیز می‌باشد. یافته‌های به دست آمده در زمینه تکراری و کلیشه‌ای بودن موضوع کتاب‌های بازاری با دیدگاه سیدآبادی (نقل در یحیی‌پور و کرمانی، ۱۳۷۷) همسو بود. همان‌طورکه قزل‌ایاغ (۱۳۸۵)، بیان می‌کند پرداختن به موضوع‌های کلیشه‌ای موجب آسان‌پسندی شده و ضد خلاقیت است.

نتیجه

کتاب در میان ملل مختلف همواره به‌عنوان یک شاخص و کالای فرهنگی شناخته شده است. این شاخص فرهنگی، ضمن انتقال دانش به مخاطب، بینش او را نسبت به محیط اطراف و دنیای پیرامون تغییر می‌دهد. داستان‌های تصویری برای خواننده تصویر خوان ابزاری برای شناخت محیط، رشد قدرت تخیل، کنجکاوی ذهنی و رشد فکری است. انتشار سهل‌انگارانه داستان‌های تصویری توسط ناشران تجاری که یا تصور می‌کنند که انتشار کتاب کودک کار ساده‌ایست و یا اینکه برای کاهش هزینه تولید کتاب و سود بیشتر به تولید آثار بی‌کیفیت می‌پردازند و نشر کتاب تصویری کودک را دچار اقتصادزدگی می‌کنند، مانع دست یافتن این کالای فرهنگی به هدف خود می‌شوند. بنابراین اگر کتاب‌های کودک، چنانچه در نتایج این پژوهش دیده شد، به‌جای کالایی فرهنگی کالایی آسیب‌رسان باشد، مانع از آشنایی کودکان با ویژگی‌های اصولی یک کتاب می‌شود. این امر ممکن است موجب عدم رشد بینش مناسب در مورد اصول تولید کتاب، بی‌نظمی و بی‌قیدی در رابطه با نشر و انتقال اندیشه‌ها به دیگران در دوران کودکی و بزرگسالی شود. وضعیت محتوا، تصاویر کلیشه‌ای، نبود نوآوری‌های هنری و خلاقیت در آفرینش مضمون‌های مورد نیاز کودکان، مانع رشد کنجکاوی و خلاقیت در کودکان می شود و می‌تواند در پرورش آنها به‌عنوان فردی سطحی‌نگر، زودباور و غیرپویا تأثیر داشته باشد. از طرف دیگر، سودجویی ناشران در تولید کتاب‌های بازاری در تیراژ بالا، افزایش نوبت چاپ و توزیع وسیع این کتاب‌ها در مکان‌های پر رفت و آمد، تصویری است که می‌توان از وضعیت این کتاب‌ها در بازار ترسیم کرد. این شرایط دسترس‌پذیری به این کتاب‌ها را آسان می‌کند. روی دیگر سکه، افزایش قیمت کتاب‌های کیفی کودکان، بحران اقتصادی کنونی و پایین بودن قدرت خرید خانواده‌ها است. هر دو وضعیت به خرید این کتاب‌ها توسط خانواده‌ها و در نتیجه گسترش آسیب‌های آنها به کودکان این سرزمین کمک می‌کند.

بنابراین پیشنهاد می‌شود برای کاهش این آسیب‌ها وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ضوابطی را برپایه نتایج این پژوهش و پژوهش‌های مشابه تدوین و آنها را در اختیار اتحادیه ناشران قرار دهد تا بین ناشران توزیع گردد و از آنها خواسته شود این معیارها را در تولید کتاب داستان تصویری کودک رعایت

کنند. افزون بر معیارهای دیگر مطرح برای این وزارت‌خانه، این معیارها در فرایند ارائه مجوز به کتاب‌ها نیز مورد نظر قرار گیرد. این وزارت‌خانه از انتشار و توزیع کتاب‌های تصویری کودکان با کیفیت مطلوب حمایت مالی کند تا خانواده‌ها در تهیه کتاب کودکان با حداقل مشکل اقتصادی روبرو باشند. کتابداران کتابخانه‌های کودک و نیز رسانه‌ها به خانواده‌ها، مربیان، روانشناسان و مدارس کمک کنند تا با ناشران برجسته که کتاب‌های تصویری کیفی برای کودکان منتشر می‌کنند آشنا شوند. کتابخانه‌های مختلف مانند آستان قدس رضوی و یا کتابخانه ملی که برپایه قانون واسپاری تمام کتاب‌های کودکان منتشر شده در ایران را از جمله کتاب‌های بازاری کودکان را دریافت می‌کنند، فقط مواردی که آسیب‌رسان نیستند را برای استفاده در اختیار مخاطب قرار دهند. سایر نمونه‌هایی که بر پایه سیاهه‌های طراحی شده توسط این پژوهش و پژوهش‌های مشابه آسیب‌رسان شناسایی می‌شوند و برای آنها ارسال می‌شود را در آرشیو خود نگهداری نمایند. این پژوهش می تواند مبنایی برای پژوهش‌های دیگر در همین رابطه باشد. برای نمونه نظر به اینکه این پژوهش به تحلیل کیفی تصاویر و محتوا نپرداخت، توصیه می‌شود پژوهش دیگری این معیارها را نیز در کتاب‌های داستانی کودکان در نظر گیرد و میزان آسیب این کتاب‌های بازاری را به‌شناخت کودک از هنر و زیبایی را بسنجد.

کتابنامه

ابراهیمی‌لامع، مهدی (۱۳۹۲). جذاب‌ترکردن ادبیات برای کودکان. *فصلنامه تحلیلی پژوهشی کتاب مهر*، ۳(۸)، ۱۲۸-۱۳۷.

افشار مهاجر، کامران (۱۳۹۱). *پایه و اصول صفحه‌آرایی*. تهران: شرکت جاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.

اکرمی، جمال‌الدین (۱۳۸۹). *کودک و تصویر ۲: جستارهایی در تصویرگری کتاب‌های کودکان و نوجوانان*. تهران: سروش.

امیری، سمیه (۱۳۹۱). آنچه منتقد حوزه‌ی تصویرگری باید بداند.*کتاب ماه کودک و نوجوان* . ۱۸۲: ۹۵-۱۰۳.

پایور، جعفر (۱۳۸۸). *بازنویسی و بازآفرینی در ادبیات*. تهران: کتابدار.

ترهنده، سحر (۱۳۸۷). پوچ‌گرایی و زشت‌نمایی در متن و تصویر. *کتاب ماه کودک و نوجوان*، (۱۳۵)، ۴۹-۳۹.

طاقدیس، سوسن (۱۳۹۳). رویکرد بازاری، آسیب نشر آثار دینی کودک و نوجوان. دسترسی در ۱۵ فروردین ۱۳۹۳ از خبرگزاری بین المللی قرآن، http://www.iqna.ir/fa/News

شورای کتاب کودک (۱۳۹۰). ارزیابی شورای کتاب کودک از وضعیت نشر و کتاب کودک در سال ۹۰. بازیابی شده در تاریخ ۹ اسفند ۱۳۹۳ از
http://www.hamshahrionline.ir/details/203422/Book/litrarycriticism

قایینی، زهره (۱۳۸۱). کتاب‌های تصویری و انواع آن. *پژوهش نامه ادبیات کودک و نوجوان*. ۵۸: ۳۰-۷۲.

قزل‌ایاغ، ثریا (۱۳۸۵). *ادبیات کودکان و نوجوانان و ترویج خواندن*. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

ملکی، بیوک (۱۳۹۳). چاپ کتاب‌های بازاری اولویت بسیاری از ناشران شده است. بازیابی ۱ اسفند ۱۳۹۳، از http://www.irna.ir/fa/News/81154958

میرحسینی، زهره، اباذری، زهرا، و معدنی، فاطمه (۱۳۹۲). تحلیل محتوای تصاویر کتاب‌های داستانی کودکان رده سنی ب و ج در دهه ۸۰ *فصلنامه نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی*، ۲(۲)، ۳۵- ۴۴.

نورتون، دونا (۱۳۸۲). *شناخت ادبیات کودکان: گونه و کاربردها از روزن چشم کودک*. ترجمه منصوره راعی و دیگران. تهران: قلمرو.

هدایی، محمد (۱۳۷۲). خواندنی های کودکان قبل از دبستان. در معصومه سهراب (گردآورنده)، *هفده مقاله درباره ادبیات کودکان* (۱۲۴-۱۴۳). تهران: شورای کتاب کودک.

هماچاندران، ا.ر. (۱۳۶۸). نظریه کتاب‌های تصویری خلاق، ترجمه: ف.ت ، *پویش*؛ تابستان و پاییز.

یحیی‌پور، مناف؛ کرمانی، علیرضا (۱۳۷۷). تحلیل محتوای کتاب‌های بازاری بر اساس شخصیت‌های داستانی کتاب های کودک و نوجوان نیمه اول سال ۱۳۷۶. *پژوهشنامه ادبیات کودک و نوجوان*. ۱۳: ۱۴-۴۷.

Creany, A. D., Couch, R.A., & Caropreso, E. J. (1995). *Representation of Culture in Children's Picture Books.* New York.

Ganea, P. A., Pickard,M. B., & Deloache, J. S. (2008). Transfer between picture books and the real world by very young children. *Journal of Cognition and Development*, 9, 46−66.

Gonen, M., & Guler, T. (2011). The Environment and Its Place in Children’s Picture Story Books. *Procedia social and behavioral Sciences*. 15: 3633–3639.

Heinsbergen, N. A. (2013). *"The Positive Effects of Picture Books Providing Acceptance of Diversity in Social Studies and Increased Literacy in Early Childhood Education*. (Master's dissertation, University of New York College at Brockport).

Levie, W. H., & Lentz, R. (1982). Effects of text illustrations: A review of research. *ECTJ*, 30(4), 195-232.

Lim, Y., (2012). *Seriosly, what are they reading? An analysis of Korean childrens’ reading behavior regarding educational graphic novels*. (Doctoral dissertation, University of Illinois, 2012).

Miranda, C. (1994). *The art of the picture book: An interpretation of Indian cultures*. (Doctoral dissertation, The Ohio state university, 1994).

Nicholas, J. (2007). *An exploration of the impact of picture book illustrations on the comprehension skills and vocabulary development of emergent readers*. (Doctoral dissertation, Louisiana State University, 2007).

Nodelman, P. (1988). *Words About Pictures, The Narrative Art of Children’s Picture Books*. The University of Georgia Press.

Sung, Y. K. (2009). A post-colonial critique of the mis(representation) of Korean-Americans in children's picture books. (Doctoral dissertation, the University of Arizona).

Williams, J. D. (2012). *Images of Native American Protagonists in Fictional Contemporary Children’s Picture Books 1990-2010*. (Doctoral dissertation, Texas Tech University).